

Oona Himanen

Hyvä kuvitus ei vanhene

1950-1960-lukujen matkailujulisteet esikuvana kuvituksille

Metropolia Ammattikorkeakoulu

Medianomi (AMK)

Viestinnän koulutusohjelma

Opinnäytetyö

15.5.2015

Tekijä Otsikko Sivumäärä Aika	Oona Himanen Hyvä kuvitus ei vanhene: 1950-1960-lukujen matkailujulisteet esikuvana kuvituksille 42 sivua 15.5.2015
Tutkinto	Medianomi AMK
Koulutusohjelma	Viestintä
Suuntautumisvaihtoehto	Graafinen suunnittelu
Ohjaaja	Lehtori Tuomas Aatola
<p>Tämän opinnäytetyön tavoitteena on perehtyä suomalaiseen julistesuunnitteluun 1950-1960-luvuilla ja erityisesti matkailujulisteisiin. 1950-1960-lukuja pidetään julisteen kulta-aikana, ja opinnäytetyön tarkoituksena on pohtia tämän ajan toimintatapoja ja graafista kuvakieltä. 1950-1960-lukujen julistesuunnittelun vastapainoksi perehdytään myös 2000-luvun julisteeseen. Tarkoituksena on pohtia julistesuunnittelussa tapahtuneita muutoksia sekä tämän päivän trendejä. Tutkimuksen tavoitteena on tehdä mahdollisimman hyvä taustakartoitus toiminnallisen osuuden toteuttamista varten.</p> <p>Aihetta tutkin sekä kirjallisuuden että semioottisen kuva-analyysin avulla. Semioottisessa kuva-analyysissä keskitytään tarkastelemaan suomalaisia matkailujulisteita eri aikakausilla. Semioottisena analyysimenetelmänä käytetään Roland Barthesin teoriaa merkityksellistämisen kahdesta tasosta.</p> <p>Opinnäytetyön toiminnallisessa osuudessa suunnittelen kuvitetun julistekalenterin, jonka teemana ovat Suomen kaupungit. Kuvitusten esikuvina toimivat suomalaiset 50-60-lukujen matkailujulisteet. Tavoitteenani on testata, toimiiko 50-60-lukujen matkailujulisteiden kuvitustyyli vielä tänä päivänä. Toiminnallisessa osassa käydään läpi vaihe vaiheelta kalenterin kuvitus ja taittoprosessi sekä pohditaan erilaisia jatkomahdollisuuksia sen eteenpäin viemiseksi.</p> <p>Opinnäytetyön tekeminen on ollut hyvin antoisaa, ja koen oppineeni sen kautta paljon julistesuunnittelusta. Tämän lisäksi koen kehittyneeni kuvittajana ja oppineeni tuomaan menneiltä vuosilta vaikutuksia tähän päivään.</p>	
Avainsanat	julistesuunnittelu, matkailujuliste, kuvitus, kalenteri

Author Title Number of Pages Date	Oona Himanen Good Illustration Does Not Expire: Drawing Inspiration from 1950s and 1960s Travel Poster 42 pages 15 May 2015
Degree	Bachelor of Culture and Arts
Degree Programme	Media
Specialisation option	Graphic Design
Supervisor	Tuomas Aatola, Senior Lecturer
<p>The final project examines the Finnish poster design of 1950s and 1960s with a special focus on travel posters. The 1950s and 1960s are considered the golden age of poster design, and this project report discusses the work practices and visual language of this period. The 1950s and 1960s poster design is contrasted with the design of the 2000s. The report reflects on the changes in poster design and today's trends in order to form the best possible background for the design part of the project.</p> <p>I explored the subject through a literature review and by making a semiotic picture analysis, which is based on Roland Barthes' theory of two levels of signification. In my study, I employed semiotic picture analysis to study Finnish travel posters in 1950s, 1960s and 2000s.</p> <p>For the design part of the thesis, I made an illustrated poster calendar with the theme of Finnish cities and towns. The illustrations are inspired by Finnish travel posters from the 1950s and 1960s. I tested how the illustration style of that time fits in today's design. The report explains the calendar illustration and layout design process step by step, and discusses the various possibilities to continue the process to make a actual product.</p> <p>Working on this project was rewarding, and I feel that I have learned a lot about poster design. Furthermore, I feel that I have improved as an illustrator and I have learned to integrate graphic elements of the past into today's design.</p>	
Keywords	poster design, travel poster, illustration, calendar

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Matkailujulisteen kehitys Suomessa	2
2.1	1950-1960: suomalaisen julisteen kulta-aika	3
2.2	2000-luvun julistesuunnittelu	11
3	Semioottinen kuva-analyysi suomalaisista matkailujulisteista	16
3.1	Semiotiikka tutkimusmenetelmänä	17
3.1.1	Denotaatio & konnotaatio	18
3.2	Analyysi 1: Helsinki-juliste, Martti Mykkänen 1962	19
3.3	Analyysi 2: Postiautolla lomasuuntana Suomi, Lasse Hietala 1961	21
3.4	Analyysi 3: Air Finland -juliste, 2000-luku	23
3.5	Analyysi 4: Pori Jazz -juliste, Sanna Mander 2011	25
3.6	Julisteiden vertailua ja johtopäätökset	26
4	Projektiosuus: Suomen kaupungit -julistekalenterin toteutus	28
4.1	Lähtökohdat ja suunnittelu	28
4.2	Kuvitukset	30
4.3	Typografia ja taitto	34
4.4	Lopputulokset ja tulevaisuus	36
5	Yhteenveto	38
	Lähteet	40

1 Johdanto

Opinnäytetyöni aihe syntyi pitkään mielessäni olleesta ajatuksesta suunnitella ja toteuttaa kuvitettu seinäkalenteri, jonka teemana ovat Suomen kaupungit. Ajatuksenani oli toteuttaa kalenteri niin, että sen sivut toimivat myös julisteina. Aion ammentaa työhöni vaikutteita vanhoista suomalaisista 50-60-lukujen matkailujulisteista. 1950-1960-lukuja pidetään julisteen kulta-aikana, ja tämän takia aion tuoda tämän ajan piirteitä myös omaan työhöni. Minua ovat aina kiehtoneet erityisen paljon kyseisen aikakauden pelkistetty ja retro kuvitustyyli ja kaunis värimaailma. Tarkoituksenani on pohtia ajatusta, että hyvä kuvitus ei vanhene, vaan toimii vuosikymmentenkin jälkeen. Vai toimiiko ja miksi toimii tänä päivänä? Vaikka aion ottaa työhöni vaikutteita menneiltä vuosilta, yrittän kuitenkin niissä säilyttää oman tyylini ja nykyaikaisuuden.

Olen aina ollut kiinnostunut erityisen paljon kuvittamisesta, joka on ehdottomasti vahvuksiani graafisena suunnittelijana. Minua on myös koko graafisen suunnittelun opintojeni aikana kiinnostanut julistesuunnittelu. Olen myös aina kiinnittänyt erityisesti huomiota kuvitettuihin julisteisiin, sillä niissä kuvitukset pääsevät jollain tavalla erityisasemaan ja huomion kohteeksi eri tavalla kuin monissa muissa viestintäkanavissa. Tämän takia ajatus seinäkalenterista, joka koostuu julistesarjasta tuntui kiinnostavalta ja mielekkäältä tehdä. Opinnäytetyöni toiminnallisessa osassa on tarkoitus toteuttaa muutama esimerkki sivu kalenterista sisältäen valmiit kuvitukset ja taiton.

Opinnäytetyöni tutkimuksellisessa osuudessa (luku 2) perehdyn suomalaiseen julistesuunnitteluun 50-60-luvuilla ja erityisesti matkailujulisteisiin. Tarkoituksenani on ottaa selvää aikakauden tärkeimmistä erityispiirteistä ja ominaisuuksista julistesuunnittelussa ja kuvituksissa. Tarkoituksenani on pohtia suomalaisten matkailujulisteiden kuvituksia 50-60-luvuilla ja selvittää, millä tavoilla niiden graafinen kuvakieli on muuttunut ja mikä on tänä päivänä aikamme trendi. Tutkimuksen tavoitteena on tehdä mahdollisimman hyvä taustakartoitus ja pohjatyö toiminnallisen osuuden toteuttamista varten.

Valitsin tämän tutkimusaiheekseni, koska opinnäytetyöni toiminnallisessa osuudessa (luku 4) toteutan Suomen kaupungit -julistekalenterin. Tutkimusaihe ja oma projektini tukisivat siis toisiaan. Tavoitteenani on testata, toimiiko 50-60-lukujen matkailujulisteiden kuvitustyyli vielä tänä päivänä. Tutkimukseeni kerään tietoa lähinnä kirjallisista lähdemateriaaleista. Tämän lisäksi tutkin aihetta semioottisen kuva-analyysin avulla

(luku 3). Tarkoituksenani on perehtyä semiotiikan peruskäsitteistöön ja suorittaa kuva-analyysi muutamasta 50-60-luvun ja muutamasta 2000-luvun matkailujulisteesta ja vertailla aikakausia keskenään. Ajatuksenani on pohtia, löytyykö niistä joitakin yhtäläisyyksiä ja toisaalta millaisia eroavaisuuksia. Tarkoituksenani on käyttää näiden julisteiden analysoinnissa apuna Roland Barthesin semioottista teoriaa merkityksellistämisen kahdesta tasosta eli denotaatiosta ja konnotaatiosta. Pyrkimyksenä on selvittää näiden tasojen avulla mahdollisimman hyvin julisteiden sisältö ja merkitykset.

2 Matkailujulisteiden kehitys Suomessa

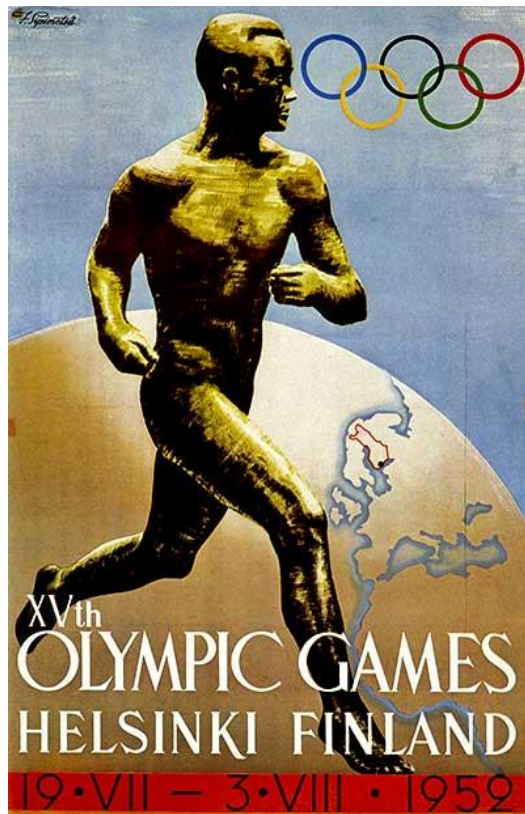
Tässä osiossa tarkastelen suomalaista julistesuunnittelua yleisellä tasolla 1950-1960-luvuilla sekä erityisesti perehtyen matkailujulisteisiin. Suomalaisia matkailujulisteita valmistettiin ennen kaikkea 50-60-luvuilla, jolloin myös elettiin niin sanottua julisteiden kulta-aikaa ja tällöin myös juliste oli yksi aikansa merkittävimpiä viestintävälineitä. Tähän aikaan mainonta perustuikin pääasiassa painettuihin medioihin ja radioon. Televisio rantautui Suomeen 50-luvun loppupuolella, ja se sai myös oman paikkansa mainonnassa. Kuitenkin televisiomainonta oli sen alkuvuosina suhteellisen vähäistä ja kallista. Televisiomainonnalla ei myöskään pystytty sen alkuaikoina tavoittamaan niin laajaa yleisöä kuin julisteella tai lehtikirjoituksilla. Tilastollisesti Suomessa televisioperheitä oli 10 prosenttia vuonna 1961. (Karvonen 2005a.) Julisteella oli tähän aikaan vaivattomasti tavoittaa suuret yleisöt, sillä se oli helposti tavoitettavissa kaupunkien katukuvasta ja näin ollen kuului jokaisen ihmisen arkipäivään. Ensimmäiset viralliset mainospaikat tulivat Helsinkiin vuonna 1946, ja pian muut suuret kaupungit seurasivat perässä. (Aartomaa, Savolainen 2013, 8.)

50-60-lukujen julistesuunnittelun vastapainoksi aion perehtyä myös 2000-luvun julisteeseen (luku 2.2). Pohdin tässä osiossa mainonnassa tapahtuneita muutoksia ja ilmiöitä sekä julisteiden asemaa siinä. Pohdin myös sitä, mikä on nimenomaan matkailujulisteiden rooli 2000-luvulla ja kuinka se on muuttunut. Tarkoituksenani on esitellä merkittäviä julisteita ja niiden tekijöitä.

2.1 1950-1960: suomalaisen julisteen kulta-aika

Toisen maailmansodan aikana matkustelu ja turismi oli unohdettua hupia. Sodan päätyttyä alkoi kuitenkin ihmisiä kiinnostaa uudelleen matkustelu ympäri Eurooppaa. Tämä näkyi myös Suomen matkailumarkkinoinnissa vahvana kasvuna. Turismi oli saatava nousemaan jälleen jaloilleen. Julistesuunnittelu kukoisti 1950-luvulla, ja tämä aika merkitsi myös uutta aikaa suomalaisille matkailujulisteille. (Londem, Enegren & Simons 2007, 131.)

Vuoden 1952 olympialaisista tuli suuri käännekohta. Tulevia olympialaisia varten järjestettiin julistekilpailu, jossa tarkoituksena oli löytää mahdollisimman hyvä juliste edustamaan Suomen olympialaisia. Erityisesti yksi juliste toimi viestin tuojana ylitse muiden. Kyseessä on Ilmari Sysimetsän suunnittelema Paavo Nurmi -olympiajuliste (kuva 1), josta tuli myös uuden kansainvälisen Suomen symboli. Sysimetsä oli suunnitellut kyseisen julisteen jo aiemmin vuoden 1940 olympialaisiin. Kisoja ei tällöin kuitenkaan voitu järjestää toisen maailmansodan takia. Sysimetsän sekatekniikalla toteutettu juliste, jossa oli etualalla Paavo Nurmen patsas ja taustalla maailmankartta synnytti paljon eriäviä mielipiteitä, ja monet pitivät sitä jopa heikkona. Tästä huolimatta se edusti hyvin Suomea maana. Se on myös ensimmäinen suomalainen juliste, joka on tullut tunnetuksi maailmalla. (Londem ym. 2007, 148; Honkanen 1983, 100-103.)



Kuva 1. Vuoden 1952 olympiajuliste. Ilmari Sysimetsä suunnitteli kyseisen julisteen jo aiemmin 1939 edellisiä olympialaisia varten.

Sota-ajan menetykset ja Neuvostoliitolle maksettavat sotakorvaukset vaikuttivat rasittavasti Suomen talouteen pitkälle 1950-luvulle saakka, ja tämän ajan mainosgrafiikka oli synkkää realismia ja karrikoivia piirroksia (Aartomaa, Savolainen 2013, 8). 1950-luvulla alkoi kuitenkin tulla selkeästi enemmän huumoria julisteisiin, ja niitä tehtiin aivan uudella kekseliäällä tavalla pilke silmäkulmassa. Tämän kaltainen nokkela huumorin käyttö puuttui julistesuunnittelusta aiemmin. Julisteiden värimaailma ja tyyli olivat lämminhenkisiä ja vitsikkäitä. Tällaisista humoristisista julistesuunnittelijoista hyvä esimerkki on Osmo K. Oksanen, joka on myös vaikuttanut merkittävästi matkailujulisteiden saralla. Hänen matkailuaiheisissa julisteissaan tyypillistä ovat pyöreät, hupaisat ja nuorekkaat retkeilijät, jotka varmastikin ovat inspiroineet aikansa suomalaisia lähtemään kotimaanmatkoille rennoin mielin ja löytämään sisäisen lapsensa. (Londem ym. 2007, 148.)



Kuva 2. Osmo K. Oksasen juliste 1950-luvulta. Hän teki paljon julisteita ja mainosgrafiikkaa Valtion rautateille.

Erilaiset julistekilpailut olivat hyvin yleisiä 50-luvulla, ja niihin osallistui sekä vanhoja konkareita että nuoria vielä tuntemattomia tekijöitä. Vuodesta 1953 lähtien alkoi myös Mainosgraafikot ry järjestää jäsenilleen erilaisia kilpailuja ja näyttelyitä. Niiden tehtävänä oli aktivoida ja innostaa suunnittelijoita luomaan uusia kekseliäitä luomuksia. Tähän aikaan alettiin palkitsemaan myös vuoden parhaita julisteita. Monet tämän ajan kiinnostavimmat julisteet olikin suunniteltu alan omiin kilpailuihin tai näyttelyihin. (Aartomaa, Savolainen 2013, 8-9.) Mainosgraafikot ry:n toimet julisteiden esiin tuomiseksi huipentuivat vuonna 1959, jolloin käynnistettiin Finlandia-kilpailu. Se oli myös kaikkien aikojen suurin kilpailu alalla. Kilpailun tarkoituksena oli tuottaa Suomen matkailua, vientiteollisuutta, kulttuuria ja muotoilua edistäviä teoksia. Kilpailu päättyi elokuun alussa 1960, jolloin selvisi voittajat. Matkailujulistesarjan voittajaksi valittiin nuoren suunnittelija Onni Vuoren pelkistetty juliste (kuva 3), jonka teemana olivat Suomen sisävesilaivat. (Aartomaa, Savolainen 2013, 189.)



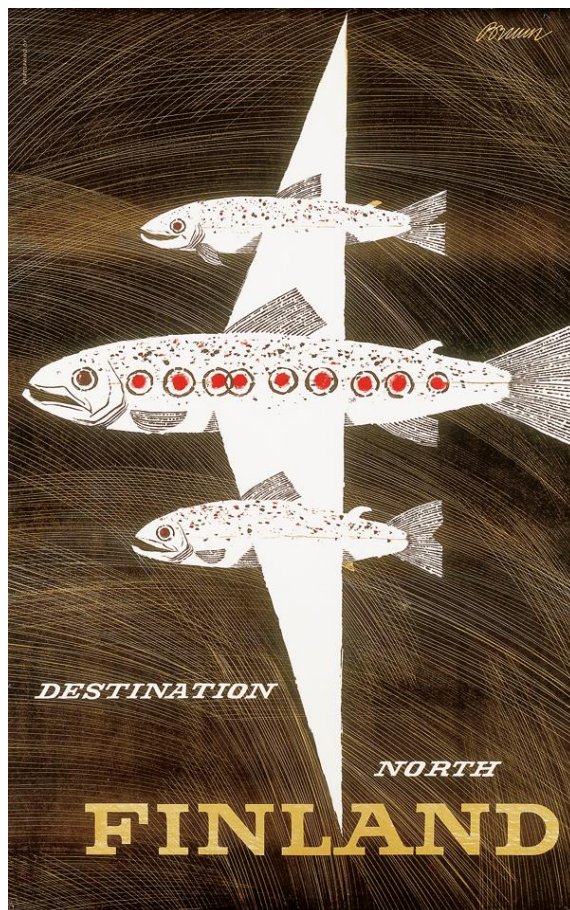
Kuva 3. Onni Vuoren sisävesilaivajuliste 1960.

1950-1960-luvut olivat suunnittelija Erik Bruunin (s. 1926 Viipuri) valta-aikaa. Bruun on ehdottomasti yksi Suomen merkittävimmistä julistesuunnittelijoista ja aikansa edelläkävijä. Bruun suosi työskennellessään paljon litografiakivelle piirtämistä ja offsetia. Eritäin lahjakkaana ja teknisesti taitavana piirtäjänä Bruun koki saavansa näillä tekniikoilla parhaan lopputuloksen ja kolmiulotteisuuden tunteen, mikä ei onnistunut esimerkiksi serigrafialla. Litografiamenetelmällä hän teki esimerkiksi myös kuuluisat Hartwallin Jaffa-julisteet, jotka useimmat meistä tunnistavata vielä tänä päivänäkin Erik Bruunin kädenjäljeksi. (Aartomaa, Savolainen 2013, 159 & 270.)

Erik Bruun on puhunut elämän ja uransa aikana paljon katujulisteiden merkityksestä, ja hänen mielestään myös julisteiden oikea foorumi on kadulla. Bruun teki paljon julisteita ajatellen, että kun ne suunnittelee tulitikkuaakin kokoon, niin pienimmät yksityiskohdat katoavat ja pystyy näkemään, miten juliste toimii katukuvassa. (Aartomaa, Bruun 2007, 24.) Useat Bruunin julisteet ovatkin tyyllisesti selkeitä ja pelkistettyjä, ja ne toimivat

hyvin niin läheltä kuin kaukaakin katsottuna. Tämänkaltaisen pelkistyneisyys näkyi myös monien muiden ajan julistesuunnittelijoiden tyylissä.

Bruun on suunnitellut uransa aikana lukuisia matkailujulisteita, jotka ovat rakentaneet Suomi-kuvaa. Yksi tunnetuimmista Bruunin matkailujulisteista on Destination North Finland -juliste, joka tunnetaan myös lempinimellä Lohilentokone (kuva 4). Kyseinen juliste on vuodelta 1958, ja se on suunniteltu alun perin Mainosgraafikot-yhdistyksen julistenäyttelyyn, jonka tarkoituksena oli nostaa suomalaisen julistesuunnittelun tasoa. Ideana oli, että näyttelyssä esiintyi julisteita, joilla ei ollut vielä tilaajia. Sitten lentoyhtiö Finnair otti kyseisen julisteen käyttöönsä mainostamaan Lapin lentoliikennettä. Juliste on voittanut myös Vuoden Parhaan Julisteen palkinnon ja ollut useissa eri näyttelyissä ulkomailla 1960-luvulla. (Aartomaa, Bruun 2007, 36.)



Kuva 4. Destination North Finland, Erik Bruun 1958.

1960-luvulle saavuttaessa oli tietynlainen hyvinvointi alkanut rakentua Suomeen. Materiaaliset ja nautinnolliset elämäntavat rupesivat tulemaan myös osaksi keskiluokkaisen kansalaisen elämää. Tästä 60-luvun uudesta tuulahduksesta on jo havaittavissa viittauksia Erik Bruunin suunnittelemassa vuoden 1957 julisteessa *Nauti merimatkaista Ruotsiin/Njut sjövägen till Finland* (kuva 5). Tähän aikaan oli jo mahdollisuuksia ja varaa jopa ulkomaanmatkailuun, ja ruotsinlaivat houkuttelivat ihmisiä samankaltaisilla ominaisuuksilla kuin tänä päivänäkin. Samaa anekdoottis-humoristista sarjaa jatkaa myös Bruunin vuoden 1961 juliste *Finlande haute saison des gourmets* (kuva 5), jossa mainostetaan ravustuskautta Suomessa. Tämä geometrisistä kolmioista ja suorakaidista muodostuva juliste edusti tyypillistä 60-luvun graafista suunnittelua ja kuvakieltä. Juliste houkuttelee sekä suomalaisia että ulkomaalaisiakin nautiskelemaan ja herkuttelemaan Suomeen. (Aartomaa, Bruun 2007, 36-37; Londem ym. 2007, 204-207.)



Kuva 5. Erik Bruunin julisteet 1957 ja 1961.

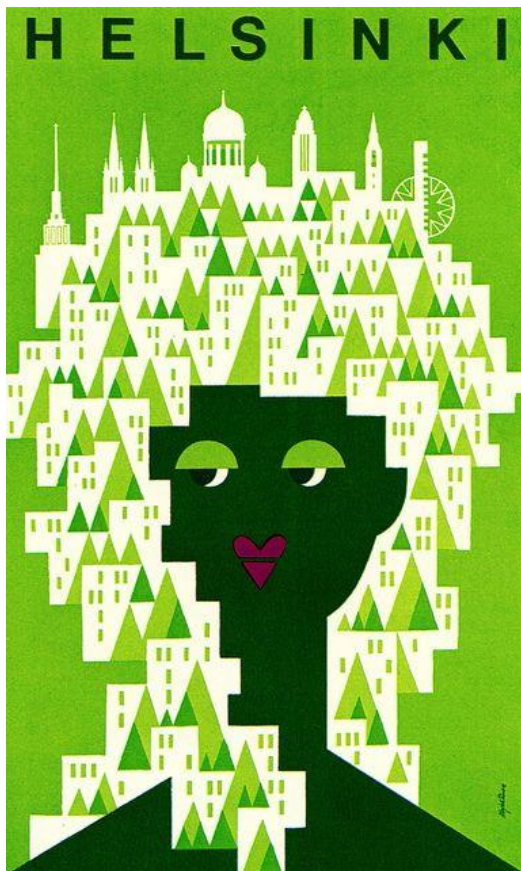
Ei myöskään pidä unohtaa Martti Mykkästä (1926-2008), joka oli myös merkittävä tekijä julistesuunnittelun saralla. Myös hänen tuotannostaan löytyy lukuisia matkailujulisteita. Mykkänen tavoitteli julisteissaan verbaalisen ilmaisun nasevaa visualisointia, ja hän muutti taitavasti tekstin kuvaksi. Martti Mykkänen suosi julisteissaan paljon serigrafiaa. Tämä painomenetelmä soveltui hyvin Mykkäsen kaksiulotteiseen, pelkistettyyn tyyliin muodoissa ja sommitteluissa. Mykkäsen julisteille tyypillisiä piirteitä ovat myös kompaktit väripinnat ja paperileikkausmainen tyyli. (Mykkänen 1999, 58-59; Aartomaa, Savolainen 2013, 193-194.)

Mykkäsen taiteelliseen ilmaisuun ovat vaikuttaneet monet hyvin erilaiset tyyliuunnat. Mykkäsen monet julisteet voidaan luokitella niin kutsuttuihin anekdoottis-humoristisiin julisteisiin, joihin kuuluvat karikatyyrihahmot, animalisoidut tai personifoidut hahmot sekä paperileikkauskuviot. Hänen tyyliinsä on myös vahvasti vaikuttanut sveitsiläinen avantgarde, johon Mykkänen tutustui nuorena suunnittelijana 1951-1952 oleskellessaan Sveitsin Baselissa. (Mykkänen 1999, 59; Aartomaa, Savolainen 2013, 193-195.)



Kuva 6. Yksi mieleenpainuvimmista Martti Mykkäsen julisteista on Contemporary Lahti 1961, joka oli Lahden matkailutoimen tilaama työ kasvavan kaupungin markkinoimiseksi.

Vanhan, taiteellisen julisteen rinnalle alkoi tulla 60-luvun puolivälissä myös värivalokuvista tehtyjä julisteita. Tämän myötä pystyttiin näyttämään täsmälleen, miltä maailma todellisuudessa näytti. Uusia valokuvajulisteita pidettiin hurmaavina niiden realistisuuden ja todenmukaisuuden vuoksi. Kuitenkin taiteellisissa, kuvitetuissa julisteissa jännittävää oli se, miten ne pistivät tekijöidensä mielikuvitukset töihin, ja niissä asioita kuvattiin jollain tavalla hauskan liioitellusti ja leikkisästi. Tämän taiteellisen julisteaikakauden päätöstä edustaa komeasti Martti Mykkäsen Helsinki viheriöi -juliste vuodelta 1968 (kuva 7). (Londem ym. 2007, 204; Mykkänen 1999, 65-68.)



Kuva 7. Martti Mykkäsen Helsinki viheriöi -juliste, joka on tehty Helsinki-päiville 1968.

2.2 2000-luvun julistesuunnittelu

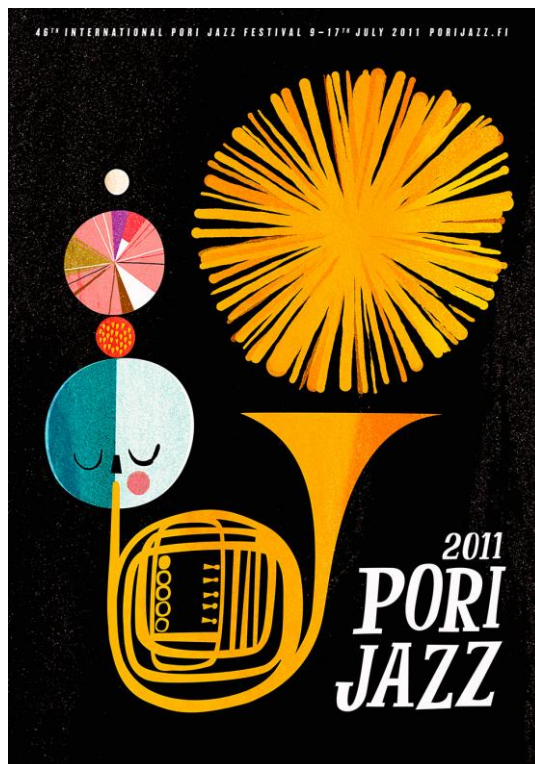
Nykypäivän graafisesta suunnittelusta puhuttaessa on selvää, että tietokoneteknologia ja internet ovat avanneet uusia lukemattomia tapoja toteuttaa graafista suunnittelua ja mainontaa. Internet onkin vienyt paljon tilaa perinteisiltä printtimedioilta, ja juliste on ollut jo pitkään mediana marginaalisessa asemassa. (Aartomaa, Savolainen 2013, 11).

Mainostoimistot olivat siirtyneet jo 1990-luvun alussa lopullisesti tietokoneiden aikakautteen. Alkuvaiheet olivat kuitenkin takkuisia ohjelmien ja laitteiden hitauden, kalleuden ja lastentautien vuoksi. 1990-luvun ja 2000-luvun vaihteessa oltiin jo niin pitkällä, että graafisen suunnittelun mediat olivat siirtyneet kokonaan digitaalisiin painoaineistoihin. Kädentaitajien määrä laski myös selkeästi suunnittelun siirryttyä digitaalseksi. 1990 ja 2000-luvulla on keskitytty suurelta osin digitaalisten medioiden kehittämiseen, ja alalle on ilmestynyt digitaaliseen mediaan erikoistuneita graafikoita. Nykyisin graafisen suunnittelijan perusedellytyksiin kuuluu sekä printtimedioiden että digitaalisten medioiden osaaminen. Tulevaisuudessa graafiselta suunnittelijalta edellytetään entistä näyttävämpää, taidokkaampaa ja elämyksellisempää visuaalista osaamista työssään. (Heinonen, Konttinen 2001, 296; Vatanen 2008, 112-114.)

2000-luvulla mainonnassa ja markkinoinnissa on noussut pinnalle uusia arvoja kuten yksilöllisyys, ekologisuus, ympäristöystävällisyys, elämyksellisyys ja aitouden kaipuu. Useat yritykset ovat ruvenneet tuntemaan eettistä vastuuta toiminnastaan, ja se korostuu myös mainonnassa. Eettisen vastuun tunteminen ja ekologisuus näkyy myös VR:n junamatkailu -julisteeesta, jossa junalla matkustamisen lisäksi korostetaan ekologisia arvoja (kuva 8). Tämän lisäksi mainonnassa panostetaan nykyisin myös entistä enemmän ideakeskeisiin ajatuksiin. Katsojan huomio halutaan vangita esimerkiksi kekseliäällä ja nokkelalla ajatuksella tai sanaleikillä. (Heinonen, Konttinen 2001, 300-301.)



Kuva 8. VR:n junamatkailu -juliste vesivoiman käytöstä junien energialähteenä, 2009.



Kuva 9. Sanna Manderin suunnittelema Pori Jazz 2011 -festivaalijuliste.

2000-luvun matkailujuliste on muuttunut melko paljon vuosien saatossa, ja nykyisin se ei tunnu olevan samalla tavalla merkittävä viestintäväline kaupungin matkailun edistämiseksi, kuin mitä se oli vielä 50-60-luvuilla. Nykyisin kuitenkin voisi ajatella esimerkiksi erilaisten festivaali- ja tapahtumajulisteiden edustavan eri kaupunkeja Suomessa. Esimerkiksi Pori tunnetaan jopa kansainvälisesti sen laadukkaista joka kesäisistä jazz-festivaaleista. Pori Jazzilla on myös useana vuonna ollut kiinnostavia ja hyvin suunniteltuja julisteita, joista itselleni on vahvasti jäänyt mieleen Sanna Manderin suunnittelema Pori Jazz 2011 -juliste (kuva 9).

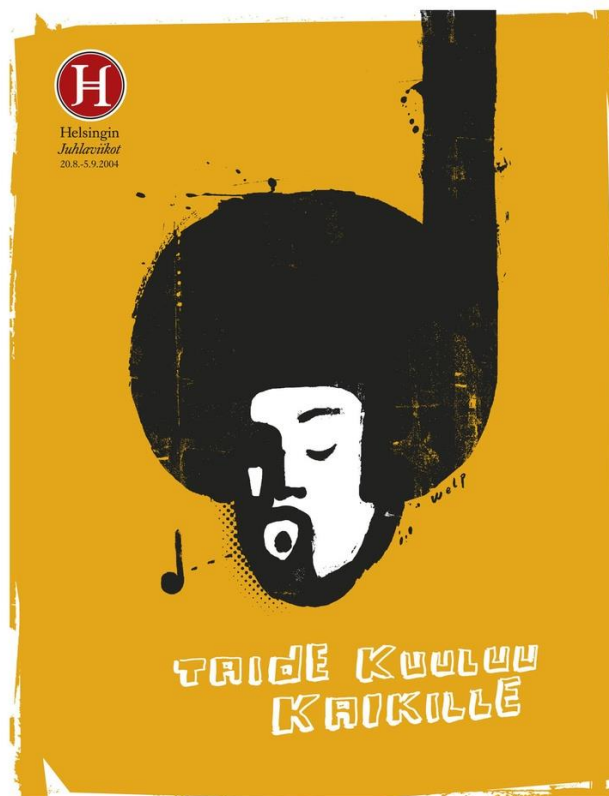


Kuva 10. Suunnittelutoimisto Kokoro & Moi:n tekemät julisteet Helsinki designpääkaupunki 2012 -tapahtumaan.

Vuonna 2012 Helsinki sai paljon huomiota, kun se valittiin maailman designpääkaupungiksi (World Design Capital, WDC). Nimitys designpääkaupungiksi on ainutlaatuinen, sillä se painottaa suunnittelun laajempaa merkitystä kaupungille, taloudelle ja asukkaille. Se on ainutlaatuinen mahdollisuus tuoda esiin saavutuksia muotoilussa ja nostaa onnistuneesti toteutettuja kaupunkiympäristön elävöittämisstrategioita. Se on myös samalla oivaa mainosta kaupungille itselleen. Kyseinen hanke on teollisen muotoilun maailmanjärjestön International Council of Societies of Industrial Designin järjes-

tämä. Helsinki designpääkaupunki 2012 -tapahtuman identiteetin ja mainonnan toteutti suunnittelutoimisto Kokoro & Moi (kuva 10). (WDC Helsinki 2012.)

Taideteollisen korkeakoulun käynyt Klaus Welp kuuluu niihin uuden polven suunnittelijoihin, jotka haluavat kantaa globaalia vastuuta ilmastonmuutoksesta ja politiikasta sekä ottaa työllään kantaa ajankohtaisiin aiheisiin. Hän on tehnyt myös paljon julisteita ja muuta grafiikkaa kulttuurin tarpeisiin. Hänen tuotannostaan on jäänyt vahvasti elämään vuonna 2004 tehdyt Helsingin Juhlaviikkojen julisteet, joissa on sloganina Taide kuuluu kaikille. Julisteet on tehty tahallisen kömpelöllä viivalla tarkoituksenaan olla vastapaino tämän päivän viimeistellylle tietokonepohjaiselle grafiikalle (kuva 11). (Aartomaa, Savolainen 2013, 255.)

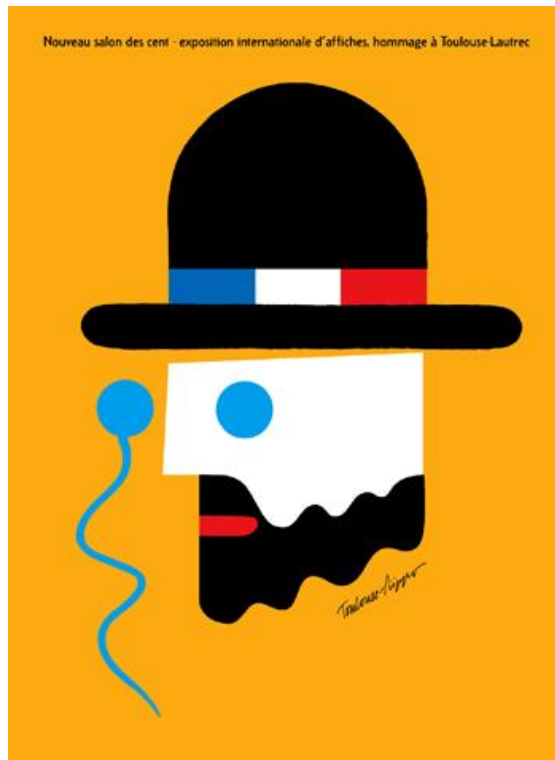


Kuva 11. Yksi Klaus Welpin kuvittamista julisteista Helsingin Juhlaviikoille vuonna 2004.

Vaikka aiemmin mainitsin suomalaisen julistesuunnittelun olevan mediana marginaalissa asemassa, pidetään sitä yhä graafisen suunnittelun piireissä suurena henkilökohtaisena taidonnäytteenä. Tämän lisäksi suomalaista julistetta pyritään nostamaan myös esiin erilaisissa kilpailuissa ja näyttelyissä samaan tapaan kuin 50-60-luvuilla.

2000-luvun merkittävin suomalainen markkinointiviestinnän ja muotoilun kilpailu on Vuoden Huiput. Vuoden Huiput on Grafia ry:n perustama ja se järjestettiin ensimmäisen kerran 1980. Kilpailu on jokavuotinen ja siihen kuuluu myös kilpailutöistä järjestettävä näyttely ja vuosikirja. Vuoden Huiput -kilpailu tähtää suunnittelun tason nostamiseen, luovuuden ja omaperäisyyden voimistamiseen sekä suunnittelijoiden ammattitaidon kehittämiseen. Kilpailussa palkitaan perinteisen printtimedian lisäksi mainonnan tekstejä, ääntä ja liikkuvaa kuvaa. Vuoden Huiput -kilpailu tuo esiin vuosittain myös joukon hienoja julisteita. Toinen tärkeä julisteita esiintuova tapahtuma on vuonna 1975 perustettu Lahden kansainvälinen julistebiennale, jossa Grafia ry on Lahden Julistemu-seon yhteistyökumppani. Nykyisin julistettriennaleksi kutsuttu tapahtuma järjestetään joka kolmas vuosi, ja sen tarkoituksena on tuoda esiin tuoreimpia julistetaiteen huippuja ympäri maailmaa. (Aartomaa, Savolainen 2013, 10-11; Grafia ry 2015; Lahden museot 2015.)

Tapani Aartomaa, Pekka Loiri, Kari Piippo ja Esa Ojala ovat hyviä esimerkkejä 1980-2000-lukujen menestyneistä pitkän linjan suunnittelijoista, joiden uralla myös julisteella on ollut suuri merkitys. Nämä kaikki julisteentekijät kuuluvat niihin suomalaisiin suunnittelijoihin, jotka perustavat työnsä voimakkaisiin pääväreihin sekä pelkistettyyn muotokieleen. Vuonna 2000 suunnittelija Esa Ojala ja hänen työtoverinsa Keijo Vuorinen perustivat 6G nimisen näyttelyryhmän, joka on perustamisvuodestaan lähtien järjestänyt säännöllisesti erilaisia julistenäyttelyitä muun muassa Helsingin Juhlaviikoille. Esa Ojala toimii puheenjohtajana myös vuonna 2006 perustetussa Julisteen ystävät ry:ssä. Tämän yhdistyksen tarkoituksena on tukea julisteen tunnettavuutta yleisesti sekä tukea Lahden Julistettriennalea. (Aartomaa, Savolainen 2013, 233.)



Kuva 12. Kari Piipon pääväreihin ja pelkistettyyn muotokieleeseen perustuva juliste. Kyseessä Homage to Toulouse-Lautrec anniversary -juliste vuodelta 2001.

3 Semioottinen kuva-analyysi suomalaisista matkailujulisteista

Tarkoitukseni on tehdä valikoiduista suomalaisista matkailujulisteista semioottinen kuva-analyysi perustuen Roland Barthesin teoriaan merkityksellistämisen kahdesta tasosta eli denotaatiosta ja konnotaatiosta. Valitsin kyseisen semioottisen lähestymistavan, koska tarkoitukseni on tutkia graafisten elementtien ja visuaalisuuden lisäksi myös julisteissa olevia mahdollisia piilosisältöjä ja niiden ajatusmaailmaa. Barthesin teoria tuntui helposti lähestyttävältä ja se soveltui mielestäni hyvin näiden molempien puolien tarkasteluun. Barthesin teorian lisäksi aion perehtyä lyhyesti myös muihin semiotiikan peruskäsitteisiin (luku 3.1).

Valitsin ensimmäiseen analyysiini Martti Mykkäsen tekemän Helsinki-julisteen vuodelta 1962. Kyseinen juliste on tehty Helsingin kaupungin imagokampanjaa varten. Sama juliste on saanut julistevalio-arvon Vuoden Parhaat Julisteet -kilpailusta. (Mykkänen 1999, 77.) Toisen kuva-analyysin teen Lasse Hietalan 1961 julisteesta Postiautolla lomasuuntana Suomi. Kolmanteen kuva-analyysiini valikoitui lentoyhtiö Air Finlandin

2000-luvun juliste. Kyseisen julisteen on kuvittanut Tommi Vallisto ja se on tuotettu mainostoimisto Dynamossa. Viimeisen kuva-analyysin toteutan Sanna Manderin tekemästä Pori Jazz 2011 -julisteesta.

3.1 Semiotiikka tutkimusmenetelmänä

Tässä osiossa perehdyn lyhyesti semiotiikan peruskäsitteisiin ja siihen, kuinka semioottista analyysiä voidaan soveltaa tutkimusmenetelmänä. Semiotiikka tieteenalana on syntynyt 1900-luvun alussa. Semiotiikka eli merkkioppi tutkii erilaisten merkkien muodostumista, niiden merkityksiä ja esiintymistä yhteiskunnassa. Semiotiikassa korostetaan merkityksiä ja niiden jatkuvaa tuottamista. Semiotiikassa yleisesti käytettyjä käsitteitä ovat esimerkiksi kieli, merkitys, koodi, merkki, symboli, viesti, signaali ja informaatio. Semioottisen analyysin tärkein tehtävä on etsiä tulkintaa ja sisältöä kohteestaan. (Anttila 2005, 348; Veivo & Huttunen 1999, 16-21.) Tämän takia koen myös semioottisiin analyysimenetelmiin tutustumisen tärkeänä opinnäytetyötäni ajatellen, sillä tarkoitukseni on selvittää suomalaisten matkailujulisteiden ominaisuuksia ja niiden merkityksiä.

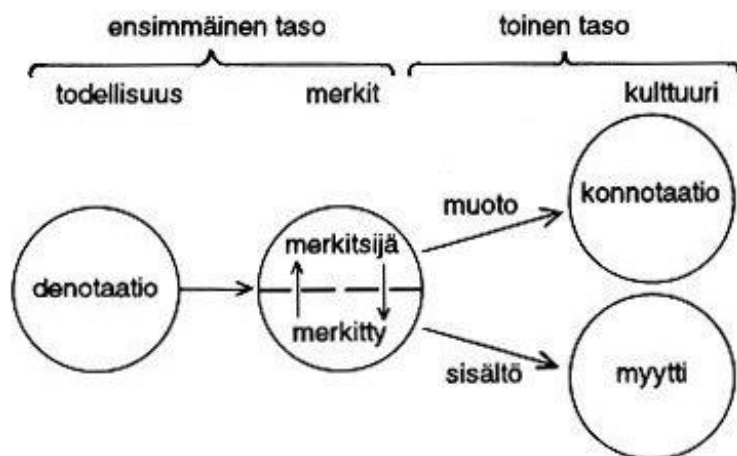
Yksi keskeisimmistä semiotiikan tutkimuksen käsitteistä on merkki ja sen eri muodot. Merkki voi olla esimerkiksi verbaali, graafinen, ikoninen, ele tai ilmiö. Merkki edustaa merkitystä, joka muodostuu vasta tulkitsemisen yhteydessä, jolloin merkki yhdistetään sen tarkoitukseen. Merkki vaatii siis sen ymmärtämiseksi aina vastaanottajaa, joka tulkitsee sen merkityksen. Merkit sisältävät sekä ulospäin ilmaisua että sisältöä. (Anttila 2005, 348; Veivo & Huttunen 1999, 16-21.)

Semioottinen analyysi on sisältöjä tulkitsevaa analyysia, joka kuuluu laadullisen tutkimuksen piiriin. Semioottisia analyysitapoja on useita erilaisia, jotka eroavat toisistaan niiden tarkoitusperiensä mukaan. Yleisimpiä semiotiikan suuntauksia ovat Charles Peircen, Ferdinand de Saussuren ja Roland Barthesin teoriat. Pragmaattisen semiotiikan isänä pidetyn Charles Peircen teoria kohdistuu erilaisiin koodijärjestelmiin, joita syntyy havaittaessa kohdetta. Peircen semiotiikalle ominaisia ovat lukuisat kolmijaot. Eräs tunnetuimpia näistä jaoitteluista on merkkien luokittelu ikoneihin, indekseihin ja symboleihin. (Karvonen 2005b.) Ferdinand de Saussuren kielitieteellisiin käsityksiin perustuvaa semiotiikkaa kutsutaan taas strukturalistiseksi semiotiikaksi. Tässä strukturalistisessa semiotiikassa merkki koostuu kahdesta tekijästä, jotka ovat merkitty ja merkitsijä. Merkitty on yhtä kuin merkin käsitesisältö ja merkitsijä taas merkin fyysi-

nen puoli. Saussuren merkkiteoria keskittyy tutkimaan ennen kaikkea kielen merkityksiä. Roland Barthes edustaa Saussuren tapaan strukturalistista semiotiikkaa ja hän on myös seurannut Saussuren filosofiaa merkin syntymisestä. Hänen teoriansa ovat kuitenkin kulkeneet enemmän artefaktien suuntaan. (Veivo & Huttunen 1999, 16-27; Anttila 2005, 362 & 370.)

3.1.1 Denotaatio & konnotaatio

Ranskalainen semiootikko Roland Barthes (1915-1980) kehitti teorian merkityksellistämisen kahdesta tasosta eli denotaatiosta ja konnotaatiosta (kuva 13). Tässä kuvasemiotikan teoriassa puhutaan myös niin sanotusta kolmannesta tasosta, jota kutsutaan henkilökohtaiseksi tasoksi. (Anttila 2005, 370.) Tarkoitukseni on käyttää tätä semiotikan teoriaa myös apuna tehdessäni kuva-analyysejä suomalaisista matkailujulisteista.



Kuva 13. Kaavio Roland Barthesin teoriasta, merkityksellistämisen kahdesta tasosta.

Kuvan sisällön analyysissä toteutetaan ensiksi denotatiivinen vaihe. Kuvasemiotikassa denotatiivisellä tasolla tarkoitetaan kuvan kaikille kulttuureille yhteistä ymmärrystä ja perusmerkitystä. Denotaatiovaiheessa rekisteröidään yksityiskohtaisesti kaikki elementit, joita kuvassa voidaan todella nähdä. Denotaatio on sitä, minkä jokainen kulttuurista huolimatta kykenee ymmärtämään ja tunnistamaan kuvasta. (Anttila 2005, 370.)

Denotatiivisen vaiheen jälkeen suoritetaan konnotatiivinen vaihe. Konnotaatio on selkeästi henkilökohtaisempi taso. Se on denotaatioon liittyvä, usein tunnesävyisempi tulkinta kuvasta. Konnotaatio on kuvan sisällölle annettua tulkintaa. Konnotaatio on kuitenkin pitkälti kulttuuriin sidonnaista toimintaa, joka riippuu siitä, millaista pohjatietoa ja kokemusta asiasta on. Konnotaatiota voidaan pitää merkin piilosisältönä. Konnotatiivisella kuva-analyysillä voidaan päästä syvälle kuvan merkityksien tulkinnassa. Denotaatio- ja konnotaatiovaiheen lisäksi puhutaan niin sanotusta myytistä, jolla tarkoitetaan kertomusta tai käsitystä. Tämän avulla pyritään ymmärtämään ja selittämään luontoa ja todellisuutta. Myytillä Barthes tarkoittaa myös merkin alkuperäistä merkitystä. (Anttila 2005, 370-376.)

3.2 Analyysi 1: Helsinki-juliste, Martti Mykkänen 1962



Kuva 14. Martti Mykkäsen Helsinki-juliste vuodelta 1962.

Denotatiivinen taso

Martti Mykkäsen Helsinki-julisteen taustalla on tasainen ja melko tummansininen väripinta, joka taittuu hiukan vihreään. Muutkin kuvan värit ovat tasaisia väripintoja. Kuvassa näkyy vaalea, lähes valkoinen korkea rakennus ja tämän edessä toinen matalampi vaalea rakennus. Nämä rakennukset ovat melko suurikokoisia suhteessa muuhun kuvaan. Takana olevassa korkeassa rakennuksessa on hiukan tummemman väriset kupolit kattoina. Rakennuksesta löytyy myös paljon pylväitä ja ikkunoita. Kyseinen rakennus sijaitsee vaaleahiuksisen hahmon pääläella. Hahmo voidaan todeta naiseksi pitkien hiuksien ja kasvonpiirteiden perusteella. Hiukset aaltoilevat kohti kuvan vasenta laitaa samaan suuntaan naisen kasvojen kanssa. Kuvasta löytyy myös punainen ruusu, jossa on tummanvihreitä lehtiä. Ruusu sijaitsee naisen korvan takana, johon myös naisen silmä kohdistuu. Myöskin naisen kaulan alta löytyy vaaleansininen kuva aallosta. Kuvan ylälaidasta löytyy keltaista päätteellistä versaalitekstiä.

Konnotatiivinen taso

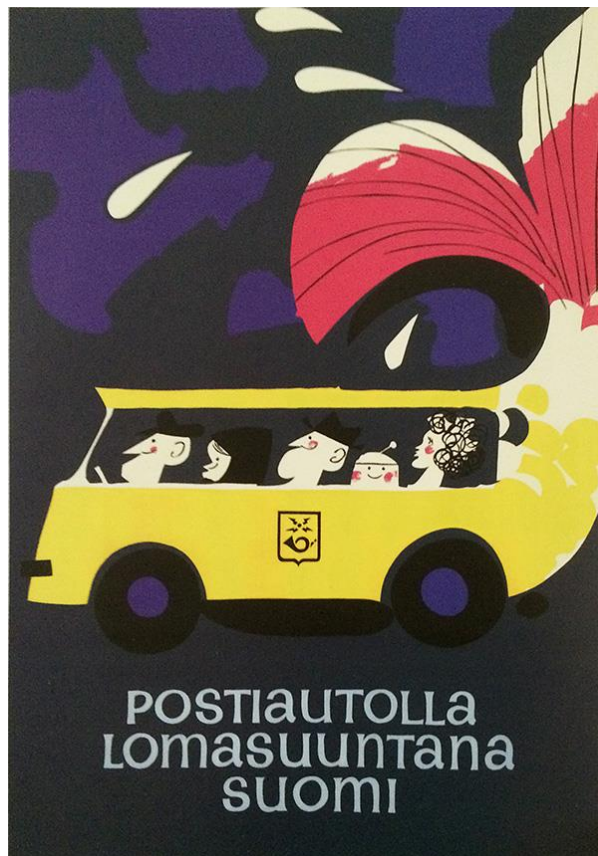
Kuvan värimaailma edustaa tyypillistä 50-60-lukua, jolloin käytettiin paljon murrettuja ja tasaisia väripintoja. Kuvan elementeissä on myös melko selkeitä ja yksinkertaistettuja muotoja ja linjoja. Kuvan tausta on selkeästi haluttu jättää reilusti tummemmaksi, jotta kuvan muut elementit tulisivat paremmin esiin. Kuvan toinen vaalea rakennus edustaa selkeästi Helsingin Tuomiokirkkoa, joka on jokaiselle pääkaupunkiseutulaiselle ja koko muullekin Suomelle tuttu rakennus ja nähtävyys. Tuomiokirkko on haluttu tuoda varmasti kuvaan johtuen sen suuresta suosiosta nähtävyytenä matkailumarkkinoinnissa. Tuomiokirkon edessä oleva matalampi rakennus esittää mahdollisesti Helsingin kaupungintaloa.

Kuvan nainen taas puolestaan edustaa luultavasti Suomi-neitoa. Suomi-neitoa on pidetty perinteisesti Suomen henkilöitymänä. Suomi-neito tunnetaan nuorena ja kauniina naisena, jolla on usein vaaleat hiukset, siniset silmät, ja hän pukeutuu kansallispukuun. Suomi-neito siis symboloi Suomea ja edustaa maan kauneutta.

Ruusut edustavat tunnetusti rakkautta ja kauneutta. Kuvassa oleva ruusu korostaa Suomi-neidon ja Suomen kauneuden tuntua kuvassa. Kuvan alareunasta löytyy myös aallon kuva, joka luultavasti liittyy Helsingin merellisyyteen. Myös Helsingin Tuomiokirkko ja kaupungintalo sijaitsevat melko lähellä merta, ja tällä tavalla nämä elementit

tukevat toisiaan. Julisteen kuva on kaiken kaikkiaan viehättävä ja leikkisä kuva asettelujen suhteen.

3.3 Analyysi 2: Postiautolla lomasuuntana Suomi, Lasse Hietala 1961



Kuva 15. Postiautolla lomasuuntana Suomi, Lasse Hietala 1961.

Denotatiivinen taso

Kuvassa on tummanharmaa, lähes musta tausta, jossa on violetteja eri muotoisia kuvi-
oita. Kuvan keskellä on iso keltainen auto. Auton takaosassa on ylöspäin nouseva ka-
lanpyrstö. Pyrstö on väritykseltään aniliinipunainen ja valkoinen, ja siinä on myös
mustia viivoja. Kuvan yläreunassa ja keskellä on valkoisia pisaroita, jotka näyttävät
lähtevän pyrstöstä. Kuvan autolla on mustat pyörät, jotka juuri ja juuri erottuvat taustas-
taan. Pyörien keskellä on violetit ympyrät. Auton keskellä on mustista ääriviivoista
muodostuva merkki, jossa on torven kuva. Autossa on viisi eri näköistä ja kokoista ih-

mistä. Ihmiset on väritetty mustavalkoisesti ja heidän poskissaan on hiukan samaa aniliininpunaista väriä, mitä löytyy myös kalanpyrstössä. Kuvan kaikki elementit muodostuvat tasaisista väripinnoista. Kuvan alareunassa on vaaleaa tekstiä.

Konnotatiivinen taso

Tässä julisteessa mainostetaan postiautolla lomailua, joka oli melko tyypillistä vielä 50-60-luvuilla. Postiautot olivat tunnetusti keltaisen värisiä, mikä myös näkyy julisteessa olevasta autosta. Postiautot kuljettivat ihmisiä Sisä-Suomeen ja Lappiin. Kuvassa oleva kalanpyrstö on liitetty postiauton takaosaan veikeällä tavalla. Kalanpyrstöllä ja siitä lähtevillä vesipisaroilla viitataan ilmeisesti Suomen kauniiseen luontoon, vesistöihin ja lukuisiin järviin. Postiauto oli aikanaan erinomainen tapa matkustaa lomanviettoon maaseudulle.

Postiauton sisällä on viisi henkilöä, joista etummaisena tulkiten kuskiksi ja loput yhdeksi perheeksi. Kuskin takana istuu vanhemman näköinen nainen, joka voisi olla perheen isoäiti. Tämän takana istuu isä, äiti ja lapsi heidän välissään. Tulkiten kuvan henkilöt tällä tavalla heidän kasvopiirteiden, asusteiden ja koon mukaan. Perheiden esittäminen oli 50-60-lukujen mainonnassa tyypillistä. Perheen merkitystä on aina pidetty ympäri maailmaa keskeisenä ja tärkeänä, ja tätä seikkaa käytetään myös hyödyksi mainonnassa. Samalla tavalla tässäkin mainoksessa perheellä luodaan turvallisuuden ja yhteenkuuluvuuden tunnetta. Tämän lisäksi sillä saatetaan korostaa vapaa-ajan ja työelämän vastakkaisuutta, sillä viikonloppuisin ja lomilla ihmiset viettävät paljon aikaa perheidensä kanssa.

kahta poikaa, jotka heittelevät punaista isoa rantapalloa. Kuvan pojilla on myös uimahousut päällä. Nämä elementit, joita olen tässä luetellut, rajautuvat valkoisen alustan sisään muodostaen suorakaiteen muotoisen oman kappaleensa. Kappaleen reunat ovat epätasaiset ja tummat. Kuvan alalaidassa valkoisella pohjalla on paljon pientä tekstiä ja logo. Myös suorakaiteen muotoisen kuvan sisällä on valkoisilla kirjaimilla kirjoitettua tekstiä.

Konnotatiivinen taso

Kuvan värimaailma viittaa kauniiseen ja lämpimään säähän. Ensimmäisiä asioita, joihin kiinnitin kuvassa huomiota oli kuvan maiseman ja tekstin ristiriitaisuus. Kuvassa näkyy nimittäin taustalla palmupuita, jotka viittaavat johonkin eksoottisempaan maahan kuin Suomi. Kuvan tekstissä sen sijaan taas lukee ”Syystä tai toisesta saattaa joskus tulla mieleen ajatus käydä Suomessa”. Luulen, että tässä on kyseessä sanaleikki, jolla viitataan siihen, että suomalaiset matkustavat niin usein, että välillä pitää päästä lentämään takaisin Suomeen. Taustalla näkyy myös lentokone, joka on suora viittaus lentoyhtiö Air Finlandiin. Kuvasta saa erittäin miellyttävän ja kotoisan kuvan lentoyhtiöstä.

Tässäkin kuvassa on vaalea naispuolinen hahmo oleellisessa roolissa. Vaaleatukkainen nainen seisoo ylvään näköisenä kuvan etualalla, ja hän näyttää selkeästi suomalaiselta naiselta. Näen tässäkin jonkinlaisen yhteyden suomalaisuuteen ja Suomi-neitoon. Naisen vaatteet ja hiukset muistuttavat selkeästi 50-luvun vaatetyyliä, jolloin myös pienilahkeiset kokouimapuvut olivat muotia. Tämän lisäksi kuvan naisen asennosta löytyy vaikutteita pin-up -tyyliin kuvituksiin. Myös pin-up -taiteen kultakausi oli noin 40-60-luvuilla. Kuvaan on selkeästi haluttu tuoda nostalgista tunnelmaa menneiltä vuosilta. Tämän lisäksi julisteen esittävä kuva on esitetty ikään kuin irrallisena kappaleena valkoista taustaa vasten. Tämä julisteen piirre muistuttaa ikään kuin vanhaa postimerkkiä tai julistetta. Tämä seikka tuo nostalgista tunnetta mainokseen. Kuvan maisemista ja tyylistä henkii myös jonkinlainen vaurauden ja huvittelun tunnelma. Kuva on mielestäni kokonaisuutena houkutteleva.

3.5 Analyysi 4: Pori Jazz -juliste, Sanna Mander 2011



Kuva 17. Sanna Mander, Pori Jazz 2011.

Denotatiivinen taso

Julisteessa on musta tausta, josta erottuu selkeästi kuvan muut kirkkaan väriset elementit. Kuvan alakulmassa on keltainen suuri torvi. Torven puhaltimen yläpuolella on neljä eri kokoista ja väristä palloa. Kaikista alin pallo on sinivalkoinen ja siinä on kuvioita, jotka muistuttavat silmiä, nenää ja suuta. Tämän sinivalkoisen pallon yläpuolella on punainen pienempi pallo, jossa on keltaisia pilkkuja. Sen yläpuolella on taas monista eri väreistä koostuva pallo. Kaikista ylimpänä on pieni valkoinen pallo. Torven yläpuolella on myös suuri keltainen kappale, joka muistuttaa kukkaa tai aurinkoa. Kuvan oikeassa alakulmassa on valkoista suurta tekstiä, ja tämän lisäksi myös aivan ylhäällä on pientä valkoista tekstiä. Tekstejä lukuunottamatta kuvan kaikissa elementeissä on pienistä pisteistä koostuvaa hienovaraista tekstuuria.

Konnotatiivinen taso

Tämän Pori Jazz -julisteen tyyli on mielestäni melko retro ja nostalginen. Kuvan elementit ovat hyvin pelkistettyjä ja ne on sommiteltu kauniin yksinkertaisesti. Myös kuvan värimaailma muistuttaa vanhempaa 50-60-lukujen kuvitustyyliä, jolloin käytettiin paljon kirkkaita, tasaisia väripintoja. Kuvasta löytyy myös hienovaraista tekstuuria, joka elävöittää kuvaa ja korostaa sen retroa olemusta. Tämä tekstuuri muistuttaa ikään kuin käsintehtyä jälkeä tai kulunutta painopintaa.

Kuvassa on käytetty paljon hauskoja ja sympaattisia elementtejä, kuten esimerkiksi torvea soittava, sinivalkoinen, ympyrän muotoinen hahmo. Tämä hahmo on hyvin veikeän näköinen ja muistuttaa mielestäni monia 50-60-lukujen kuvituksia. Se muistuttaa kaikesta yksinkertaistuksestaan huolimatta niin sanottua anekdoottis-humoristista kuvitustyyliä, jota käytettiin paljon 50-60-lukujen mainonnassa. Kuten olen jo aiemmin maininnut kappaleessa 2.1, anekdoottis-humoristiselle kuvitukselle tyypillistä ovat erilaiset karikatyyrihahmot ja paperileikkaustyyli. Tämän lisäksi kuvassa on paljon kesäisiä elementtejä, jotka korostavat Pori Jazz -festivaalin kesäistä ajankohtaa eli heinäkuuta. Näitä ovat esimerkiksi punainen mansikkaa muistuttava pallo, joka sijaitsee sinivalkoisen torvea soittavan hahmon yläpuolella ja suuri keltainen voikukkaa tai aurinkoa muistuttava elementti, joka sijaitsee oikeassa yläkulmassa. Keltainen voikukkakuvio voi symbolisoida myös iloista, värikästä, räiskyvää jazzmusiikkia.

3.6 Julisteiden vertailua ja johtopäätökset

Kuva-analyysi osioon valikoitui kaksi 60-luvun alkupuolen julistetta ja kaksi 2000-luvun julistetta. Päädyin valikoimaan analyysieihin juuri nämä 60-luvun julisteet, koska ne olivat teemoiltaan kiinnostavia ja taidokkaasti tehtyjä, sekä edustivat mielestäni hyvin myös 50-luvun taiteellista julistetta. 60-luvun puolivälissä julistesuunnittelussa alkoikin tapahtumaan jonkin verran muutoksia. Muun muassa värivalokuvista tehdyt julisteet yleistyivät vanhan taiteellisen julisteen rinnalla. Tämän lisäksi julisteiden teemat alkoivat muuttua pikku hiljaa enemmän kantaa ottaviksi ja arkirealismi astui kuvaan. Tämän myötä vanha humoristinen ja kiiltokuvamainen tyyli rupesi väistymään julisteista. (Aartomaa, Savolainen 2013, 9.)

Kyseiset 2000-luvun julisteet valitsin nimenomaan niiden retron ja nostalgisen ulkoasunsa vuoksi. Koen kyseisen retron kuvitustyylin liittyvän vahvasti vielä tänä päivänä-

kin graafisen suunnittelun trendeihin, vaikkakin nykypäivänä kehittynyt teknologia ja painomenetelmät tuovat lukuisia uusia moderneja mahdollisuuksia suunnitteluun. Halusin kuitenkin nimenomaan pohtia 50-60-lukujen tyylin vaikutteita tämän päivän suunnittelussa.

60-luvun ja 2000-luvun julisteet erosivat jonkin verran toisistaan, kuten saattoikin olettaa. Kuitenkin niistä löytyi mielestäni joitakin yhtäläisyyksiä, ja etenkin 2000-luvun julisteissa oli piirteitä, jotka viittasivat teemoiltaan tai kuvitustyyleiltään vanhaan nostalgiseen 50-60-lukujen julisteeseen. Esimerkiksi 2000-luvun Air Finlandin -julisteessa olevasta naisesta ja hänen olemuksestaan henkii melko vahvasti 50-60-lukujen muoti (luku 3.4). Vaikka tässä 2000-luvun julisteessa tyyli on paljon monimutkaisempi ja kuvitus on selkeästi digitaalisesti tuotettu, voi siinä havaita elementtejä, joilla viitataan vanhaan nostalgiaan. Esimerkiksi kuvituksen epätasaiset ja rikkiäisen näköiset reunat tuovat siihen retroa olemusta. Tämän lisäksi kyseisessä julisteessa voisi nähdä viittauksia Suomi-neito teemaan, joka näkyy myös monissa 50-60-lukujen julisteissa. Näiden huomioiden vuoksi voisi ajatella, että kuvan nykyaikaisesta toteutuksesta huolimatta on siihen haluttu tietoisesti tuoda vanhaa 50-60-lukujen nostalgiaa.

Pori Jazz -julisteiden kuvitustyyliä oli havaittavissa hyvinkin paljon piirteitä 50-60-lukujen kuvituksiin. Kyseinen juliste oli hyvin pelkistetyksi tehty, ja mielestäni siinä oli myös havaittavissa samankaltaista iloisuutta ja humoristisuutta, kuin 50-60-lukujen julisteissa. Julisteiden kuvitus näyttää ikään kuin paperileikkaus tekniikalla tehdyltä, joka oli myös monille aiempien vuosikymmenten suunnittelijoille tyypillistä. Mielestäni tämä ominaisuus on havaittavissa myös molemmissa 60-luvun julisteissa, joista tein kuvanalyyysin (luku 3.2-3.3). Tämän lisäksi Pori Jazz -julisteissa oli käytetty rakeista tekstuuria, joka korosti vanhanaikaista ja retroa tunnelmaa.

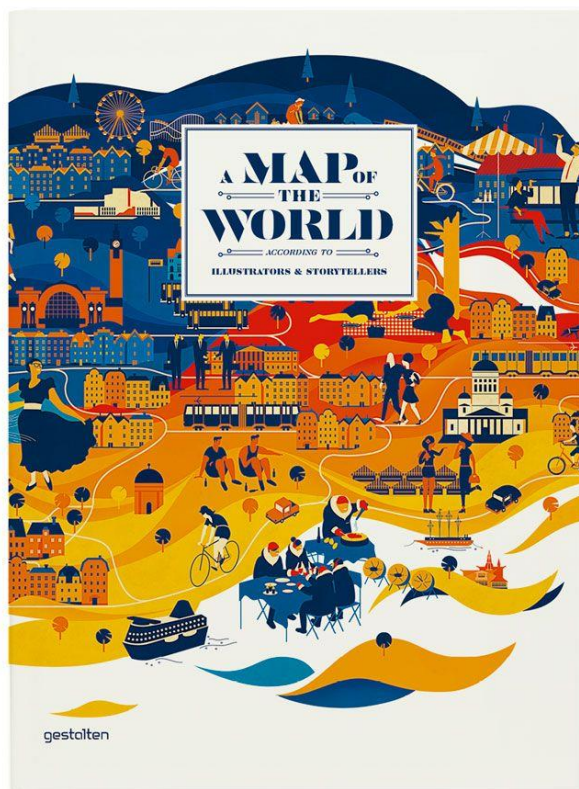
Tutkielmassani on kuitenkin kyseessä hyvin pieni katsaus näiden eri aikojen julisteista, minkä takia en halua tehdä mitään vahvoja johtopäätöksiä ja yleistyksiä. Kuitenkin näiden kahden eri aikakauden julisteiden välillä oli omasta mielestäni havaittavissa joitakin yhteyksiä. Tämän lisäksi voisi todeta, että semiotiikka analyysimenetelmänä tulkitsee joissakin muodoissaan kohdettaan nimenomaan katsojansa näkökulmasta. Tämä pätee myös pitkälti omissa analyyseissäni. Uskon kuitenkin, että tekemiini päätelmiin ja ajatuksiin voi myös moni muukin katselija yhtyä.

4 Projektiosuus: Suomen kaupungit -julistekalenterin toteutus

Opinnäytetyöni toiminnallisessa osuudessa suunnittelen Suomen kaupungit teemaisen julistekalenterin. Työni taustalla on ajatus kalenterista, jonka sivut toimivat myös julisteina seinällä. Työhöni otan vaikutteita 50-60-lukujen kuvitustyylistä. Olen perehtynyt työtäni varten nimenomaan kyseisen ajan kotimaisiin matkailujulisteisiin, sillä myös oman kalenterini sivut tulevat edustamaan Suomen eri kaupunkeja. Työn idea syntyi omasta mieltymyksestäni 50-60-lukujen kuvitustyyliin. Ihailen erityisesti 50-60-lukujen kuvituksille tyypillistä pelkistyneisyyttä. Omaan julistekalenteriini haen vaikutteita juuri tämänkaltaisesta graafisesta kuvakielestä. Tavoitteenani on tehdä työstä retro, nostalginen ja tyylikäs. Tarkoitukseni on toiminnallisessa osuudessa kuvittaa ja taittaa kaksi esimerkkinäkymää kalenterin sivuista.

4.1 Lähtökohdat ja suunnittelu

Minulla oli jo alun alkaen hyvin tarkka näkemys siitä, minkä tyylinen kalenterini tulisi olla. Vaikkakin tavoitteenani oli hakea työhön pelkistettyä ja yksinkertaista ilmettä, halusin kuitenkin kuvitusten olevan runsaat ja iloiset. Suunnitteluprosessin alkuvaiheessa hain paljon inspiraatiokuvia. Sen lisäksi, että olin kiinnostunut 50-60-lukujen kuvituksista ja matkailujulisteista, niin minua innoitti myös monet uudemmat kuvittajat. Kaikkia näitä inspiroivia teoksia kuitenkin yhdisti tietynlainen pelkistyneisyys ja retrous, huolimatta siitä oliko kyseessä vanha vai uusi kuvitus. Tein myös taustatyötä, jossa kartoitin mahdollisia aiemmin tehtyjä kuvituksia Suomen kaupungeista. Yksi uudemmissa kuvittajista, joka jäi vahvasti mieleeni oli Vesa Sammalisto ja erityisesti hänen Helsinki aiheinen kirjankansi kuvitus (kuva 18).



Kuva 18. Vesa Sammaliston kuvittama kansikuva kirjaan A Map of The World.

Tässä vaiheessa rupesin myös pohtimaan sopivia kaupunkeja projektiani varten. Tarkoitukseni oli valita jokaiselle kalenterin kuukaudelle oma kaupunki kuvitettavaksi ja esiteltäväksi. Aloin tekemään kaupungeista listaa, johon valikoitui ensimmäisenä Suomen suurimpia kaupunkeja kuten Helsinki, Turku ja Tampere. Tämän lisäksi pyrin valitsemaan tasaisesti ympäri Suomea mielenkiintoisia ja erilaisia kaupunkeja. Kun kaikki kaupungit oli valikoitu, aloin miettimään niille sopivia paikkoja kalenteriin. Pyrin järjestämään kaupungit niin, että vuodenajat olisivat jollain tavalla sopivia tai perusteltuja valintojen kanssa. Esimerkiksi Hanko ja Maarianhamina sijoittuivat kesäkuukausille, sillä niitä on perinteisesti pidetty kauniina kesäkaupunkeina. Sen sijaan päätin laittaa Turun joulukuun kohdalle jokavuotisen joulurauhan julistuksen takia. Myös monet muut kaupungit olisivat saattaneet sopia joulukuun, mutta itse miellän Turun ehdottomasti ensiten joulukaupungiksi. Muita kaupunkeja, joita valitsin listaani olivat Lahti, Porvoo, Joensuu, Kotka, Oulu ja Rovaniemi. Joihinkin valitsemini kaupunkeihin liittyi myös jokin henkilökohtainen aspekti, jonka takia juuri ne valikoituivat listaan (kuva 19).

LISTA KUVITETTAVISTA KAUPUNGEISTA JA NIIDEN SIJOITTUMISESTA ERI KUUKAUSILLE:		
.....		
Tammikuu	-	Tampere
Helmikuu	-	Rovaniemi
Maaliskuu	-	Oulu
Huhtikuu	-	Lappeenranta
Toukokuu	-	Helsinki
Kesäkuu	-	Maarianhamina
Heinäkuu	-	Hanko
Elokuu	-	Kotka
Syyskuu	-	Savonlinna
Lokakuu	-	Joensuu
Marraskuu	-	Porvoo
Joulukuu	-	Turku

Kuva 19. Alustava lista kuvitettavista kaupungeista ja niiden sijoittumisesta eri kuukausille.

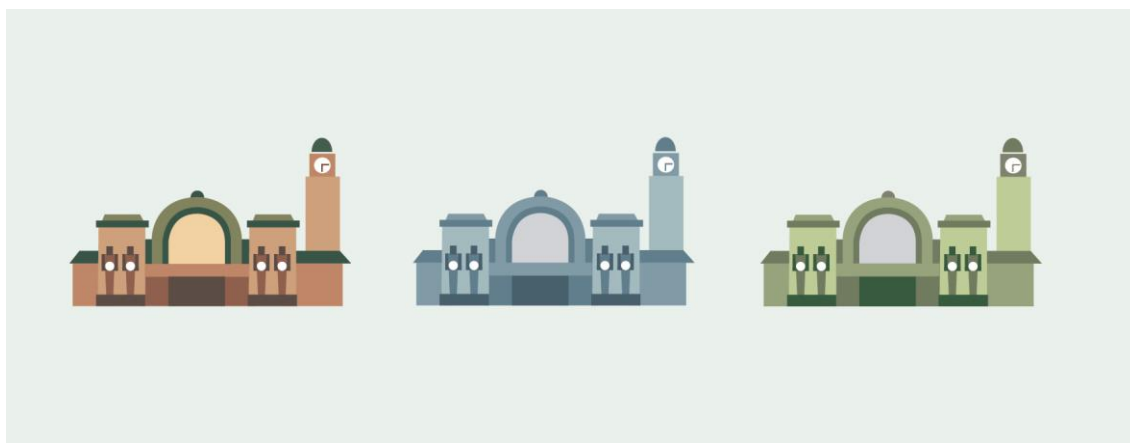
4.2 Kuvitukset

Kalenterin kuvittamisvaiheen päätin aloittaa Helsingistä. Helsinki tuntui helpoimmalta lähestyä, sillä kuvitettavia nähtävyyksiä oli paljon. Toisaalta kuvitusprojektini pienemmät kaupungit voivat olla kiinnostavia haasteita, sillä niistä ei välttämättä löydy yhtä paljon tunnettuja nähtävyyksiä tai rakennuksia. Näiden pienempien kaupunkien kohdalla korostaisinkin ehkä enemmän esimerkiksi kaupungin lämmintä tunnelmaa tai merellisyyttä. Päätin sijoittaa kalenterissa Helsingin keväiseen toukokuuhun. Tarkoitukseni oli tuoda vuodenaikojen tuntua kuvituksiin. Helsingin kohdalla siis korostuisi keväiset ja lämpimät värisävyt. Seuraavaksi kuvitettavaksi kaupungiksi valikoitui Turku, jonka sijoitin kalenterissa joulukuun kohdalle. Joulukuinen Turku tuntui mukavalta vastapainolta keväiselle Helsingille. Turun kohdalla oli tarkoitus painottaa erilaisia talvisia ja jouluisia piirteitä.

Kuvitustyyliin hain ennen kaikkea vaikutteita konstruktivistisistä tyylistä, jota kutsutaan myös sveitsiläiseksi tyyliksi. Kyseiselle kuvitustyyliä on tyypillistä geometrispohjainen sommittelu ja muotokieli sekä selkeät puhtaat päävärit. Esimerkiksi Martti Mykkäsen useat kuvitukset edustavat tätä tyyliä. (Mykkänen 1999, 59.) Vaikka tälle sveitsiläiselle konstruktivistiselle tyyliä on tyypillistä puhtaat päävärit, niin halusin silti itse käyttää hiukan murretumpia värisävyjä. Hain enemmänkin vaikutteita kyseisen tyylin muotokie-

lestä. Kuvitusvälineeksi valitsin Adobe Illustrator -ohjelman. Vektorigrafiikalla tehty kuvitus tuntui parhaimmalta vaihtoehdolta, sillä se on suhteellisen nopea kuvitustapa ja mielestäni sopi erittäin hyvin graafiseen ja pelkistettyyn kuvitustyyliin. Kyseinen geometrisiin muotoihin perustuva kuvitustyyli tuotti kuitenkin alussa jonkin verran ongelmia, sillä olen tottunut yleensä tekemään hiukan yksityiskohtaisempia ja usein myös käsin tehtyjä kuvituksia. Alun hankaluuksista huolimatta onnistuin kuitenkin mielestäni hyvin hyödyntämään geometrisiä suorakulmioita, kolmioita ja erilaisia ympyrämuotoja.

Aloittaessani kuvitusten tekemistä, tein listaa mahdollisista nähtävyyksistä, joita kuvituksissa voisi esiintyä. Jouduin kuitenkin karsimaan kuvista pois paljon kiinnostavia nähtävyyksiä ja kohteita vähäisen tilan vuoksi. Lopullisissa kuvituksissa esiintyy kuitenkin kaikkein tärkeimmät tai omasta mielestäni kiinnostavimmat nähtävyydet. Helsinki-kuvitukseen kuului muun muassa Tuomiokirkko, Helsingin rautatieasema, Suomenlinna, Linnanmäki jne. Yritin myös sijoittaa nähtävyydet kuvituksiin niin, että ne olisivat edes hiukan suuntaa antavat todellisten sijaintiensä puolesta. Aloittaessani Turku-kuvitusta, päädyin valitsemaan tärkeimmiksi nähtävyyksiksi muun muassa Turunlinnan, Turun tuomiokirkon, Aurajoen, Suomen Joutsenen sekä Luostarinmäen museoalueen.



Kuva 20. Geometrisiin muotoihin perustuva näkemykseni Helsingin rautatieasemasta sekä erilaisia värikokeiluja. Lopulliseen kuvitukseen valitsin keskimmäisen raikkaan sinisävyisen vaihtoehdon.

Ajatuksenani oli saada tuotua kuvituksiin myös häivähdys samanlaisesta iloisesta humoristisuudesta, kuin mitä 50-luvun julisteissa oli. Kuten aiemmin mainitsin luvussa 2.1, oli Osmo K. Oksanen juuri tämänkaltaisen humoristisuuden mestari. Tämän lisäksi olen myös itse kiinnittänyt paljon huomiota Lasse Hietalan julistetutantoon. Hänen julisteistaan sanotaan jopa, että ne pohjautuvat kaikista johdonmukaisimmin 50-60-luvulle tyypilliseen anekdoottis-humoristiseen traditioon. Hänen julisteissaan tärkeimpiä piirteitä olivat raikkaat värit ja humoristinen ilmapiiri. (Aartomaa, Savolainen 2013, 191.) Tarkoitukseni oli myös itse käyttää kuvituksissa tämänkaltaisia värejä sekä hauskoja ja ehkä jopa hieman humoristisiakin elementtejä. Kuvitusteni pääpaino oli kuitenkin ensisijaisesti rakennuksissa, joten yritin saada niistä tehtyä jollain tavalla veikeän näköisiä, unohtamatta kuitenkaan konstruktivistä geometrisiin muotoihin perustuvaa tyyliä. Kuvitusten loppuvaiheessa lisäsin niihin myös sympaattisia ja hauskoja yksityiskohtia, kuten pikkuihmisiä ja hauskan näköisiä veneitä ja laivoja.

Kuvitusten loppuvaiheessa päätin vielä lisätä niihin Adobe Photoshop -ohjelmassa paperin pintaa muistuttavat tekstuurit. Kuten totesin jo aiemmin semioottisessa kuva-analyysi osiossa, niin monet 2000-luvun kuvittajat käyttivät digitaalisesti toteutetuissa kuvituksissaan erilaisia rakeisia tai kuluneita pintoja korostaakseen retroa vaikutelmaa (luku 3.2-3.6). Kyseinen väite perustuu lähinnä omiin havaintoihini tutkittuani muiden tämän päivän kuvittajien töitä. Omasta mielestäni se on myös erittäin toimiva tapa saada kuvituksesta nostalgisen näköinen.



Kuvat 21 & 22. Valmiit kuvitukset Helsingistä ja Turusta.

4.3 Typografia ja taitto

Jo ennen kuvitusten aloittamista olin tehnyt alustavan suunnitelman kalenterin taitosta. Lopulliset fonttien valinnat tein kuitenkin vasta ensimmäisen kuvituksen valmistuttua. Alustavassa taittosuunnitelmassa oli ajatuksena pyrkiä hyvin pelkistettyyn ja vähäeleiseen typografiaan. Sen sijaan kuvitusten rooli oli tarkoitus olla kaikista oleellisin. Tämän kaltainen kuvan ja tekstin suhde oli mielestäni paras valinta kalenteriin, sillä sen sivujen oli tarkoitus toimia myös ikään kuin Suomen eri kaupunkeja edustavina julisteina. Mainonnassa käytetään paljon niin sanottua kuvan ylivaltaa suhteessa tekstiin. Varsinkin 50-luvulla korostettiin kuvan asemaa julisteissa. (Niskanen 1996, 27.)

Päätin tehdä kalenterin sivut kokoon A3. Tämä tuntui riittävän suurelta koolta julisteeksi, olematta kuitenkaan epäkäytännöllisen suuri seinäkalenterinakaan. Tämän lisäksi ajattelin A3-arkin olevan niin yleinen koko, että tulevaisuudessa sen mahdollinen painatus olisi käytännöllistä, helppoa ja kenties myös halvempaa. Aluksi lähdin suunnittelemaan taiton alareunaan erittäin yksinkertaista ja minimalistista kalenteriosuutta (Kuva 23). Kyseisessä suunnitelmassa oli merkittynä viikonpäivät niiden pelkillä alkukirjaimilla ja sinisellä värillä. Kuukauden eri päivät oli esitetty yksinkertaisesti mustalla pienehköllä fontilla valkoista pohjaa vasten ilman mitään ääri viivoja tai värierotteluja. Viikonloput olin erotellut muista päivistä harmaalla värillä, ja kuukauden merkkipäivät merkitsin puolestaan punaisella tekstillä. Lopulta jouduin kuitenkin toteamaan kyseisen suunnitelman liian epäkäytännölliseksi ajatellen kalenteria. Vaikka tarkoituksenani oli tehdä kalenterista ennen kaikkea tyylikäs, minimalistinen ja kuvituksia korostava taiteellinen juliste, niin silti kyseinen taitto tuntui hankalalta käytännössä. Kalenterin on kuitenkin tärkeää palvella sen käyttäjää oikealla tavalla, ja mielestäni tässä taittoversiossa päivien seuraaminen oli hankalaa, sillä ne oli merkitty liiankin näkymättömästi.

M	T	K	T	P	L	S
				01 Vappu	02	03
04	05	06	07	08	09	10 Äitiyspäivä
11	12	13	14 Helatorstai	15	16	17 Kustannusten muistopäivä
18	19	20	21	22	23	24 Helluntaipäivä
25	26	27	28	29	30	31

Kuva 23. Tässä on yksi ensimmäisistä kalenterin taittokokeiluista. Vaikka halusin taitosta yksinkertaisen ja minimalistisen, niin jouduin toteamaan tämän version kuitenkin liian epäkäytännölliseksi kalenterin oikeaa tarkoitusta ajatellen.

Pienien kokeilujen jälkeen löysin omasta mielestäni sopivan ulkoasun taitolle (kuva 24). Suunnitelmassani olin merkinnyt kuvituksen paikan suurella harmaalla ympyrällä. Lähdin myös rakentamaan kuvitusta ympyrän muotoon. Varsinainen kalenteriosuus sijoittui kuvan alareunaan. Pyrin edelleen pitämään sen pelkistettynä ja vähäeleisenä, mutta tällä kertaa olin kuitenkin erotellut kalenterin päivät värillisillä ruuduilla, joista viikonloput oli merkitty asteen verran tummempina. Mielestäni tämä muutos helpotti selkeästi kalenterin käyttötarkoitusta.

Kalenteriosuuden fonteiksi valikoitui Bodoni-fontti ja siitä leikkaukset poster, roman ja bold sekä Adobe Caslon pro -fontti ja siitä leikkaus italic. Käytin Adobe Caslon pro -fonttia merkkipäivien merkitsemiseen, sillä kyseinen fontti toimii hyvin myös pienessä koossa. Kalenterin ylälaitaan sijoitin kaupungin nimen ITC Avant Garde Gothic -fontilla, jota korostin paksulla alleviivauksella. Mielestäni ITC Avant Garde Gothic -fontti sekä erityisesti Bodoni poster -fontti sopivat erittäin hyvin graafiseen ja retroon kuvitukseeni.



Kuva 24. Tässä on valmis suunnitelma kalenterin taitosta. Kuvasta näkee tekstien ja kuvituksen asettelun sekä fonttien määritykset.

4.4 Lopputulokset ja tulevaisuus

Lopputulokseen olen erittäin tyytyväinen, ja mielestäni kuvitukset ja taitto toimivat hyvin keskenään (kuva 25). Kuvitusten teossa oli jonkin verran hankaluuksia, etteivät ne pääsisi leviämään liian suurelle alueelle ympyrämuodon ulkopuolelle. Kyseinen ympyrämuoto tuki mielestäni hyvin sveitsiläistä konstruktivistista ajattelua, joka perustui pitkälti geometrisiin muotoihin. Vaikka hain tietoisesti julistekalenterin kuvituksiin vaikutteita 50-60-lukujen julisteista ja kuvituksista, niin se onnistuu mielestäni silti näyttämään myös nykyaikaiselta. Tämän lisäksi työ toimii mielestäni hyvin myös sekä kalenterin että julisteen ominaisuudessa. Uskoisin, että kyseinen julistekalenteri olisi myös helppo toteuttaa ja painattaa sen julisteenomaisuutensa vuoksi, sillä siinä ei ole mitään sidontaa, eikä metalli- tai muoviosia, joita myös usein näkee seinäkalentereissa. Tämän lisäksi olen kiinnostunut ajatuksesta, jossa kalenteriin valitsisi painomateriaaliksi kierrätyskartongin tai jonkin muun ekologisen vaihtoehdon. Vaikka opinnäytetyöni sisältääkin vain kaksi esimerkkisivua kalenterin kokonaisuudesta, niin silti tarkoitukseni on edel-

leen jatkaa työskentelyä projektin parissa. Tarkoitukseni onkin kalenterin valmistuttua ottaa myös selvää erilaisista painomenetelmistä ja materiaalivaihtoehdoista.



Kuva 25. Valmis näkymä julistekalenterista.

Tämän lisäksi olen myös kiinnostunut selvittämään, mitä erilaisia myyntikanavia ja mahdollisuuksia löytyisi julistekalenterin eteenpäin viemiseksi. Vaihtoehtoisesti voisin kuvitella painattavani kalenterista pienen erän ainakin itseäni varten, jotta voisin myydä tai antaa sitä lahjaksi omille kontakteilleni. Tämän lisäksi netistä löytyy useita ilmaisia sivustoja, joiden kautta voi myydä muun muassa omia printtituotteita. Esimerkiksi Etsy.com on melko suosittu sivusto, jossa ihmiset myyvät kaikenlaisia itse valmistamia esineitä, koruja, tekstiilejä sekä erilaisia printtituotteita kuten kortteja ja julisteita. Näkisin kyseisen sivuston myös kalenterilleni hyvänä kanavana. Toisaalta voi olla, että tarjoan valmista kalenteria myös erilaisille suomalaisille yrityksille, kuten pienille desing-kaupoille. Kaiken kaikkiaan olen hyvin avoin tämän julistekalenterin jatkomahdollisuuksien suhteen.

5 Yhteenveto

Opinnäytetyöni tavoitteena oli toteuttaa mielenkiintoinen ja retro seinäkalenteri, jonka sivut toimisivat myös julisteina seinällä. Kalenterin teemaksi valikoitui Suomen kaupungit, ja syntyneiden kuvitusten esikuvina toimivat vanhat 50-60-lukujen matkailujulisteet. Idea työlleni syntyi omasta mieltymyksestäni retroon ja vanhasta ammentavaan kuvitustyyliin. Olen myös havainnut kyseisen retron kuvitustyylin olevan eräänlainen trendi tänäpäivänäkin. Tämän myötä päätin lähteä tutkimaan juuri 50-60-lukujen julisteiden kuvituksia. Tarkoitukseni oli hyödyntää saamaani tietoa omassa julistekalenterissa. Ajatukseni oli perehtyä kyseisen ajan tyyliin, tapoihin ja tekniikoihin toteuttaa juliste-aidetta ja niiden kuvituksia. Rajasin tutkimusalueekseni pelkät suomalaiset matkailujulisteet, sillä koin niitä tutkimalla saavani parhaimman hyödyn omaan matkailuaiheiseen julistekalenteriin.

Aihetta tutkin sekä kirjallisuuden että semioottisen kuva-analyysin avulla. Semioottinen kuva-analyysi oli mielenkiintoinen, mutta haasteellinen. Olin saanut jo aiemmin pinta-raapaisun semiotiikasta eräällä koulukurssilla, mutta sen suurempaa tietoa ei minulla aiheesta ollut. Semiotiikka käsitteenä osoittautui hyvin laajaksi ja monipuoliseksi, jonka takia oli vaikeaa kirjoittaa siitä opinnäytetyössäni tiivistetysti ja löytää kaikkein olennaisin tieto. Semioottiseksi analyysimenetelmäksi valikoitui Roland Barthesin teoria merkityksellistämisen kahdesta tasosta eli denotaatiosta ja konnotaatiosta. Kyseinen teoria oli helposti lähestyttävä, ja se soveltui hyvin visuaalisen ulkomuodon lisäksi myös julisteiden aiheiden ja sisällön tutkimiseen. Mielestäni semioottinen kuva-analyysi tuki myös hyvin muuta tutkimusta.

Vanhojen 50-60-lukujen matkailujulisteista löytyi paljon tietoa ja kuvamateriaalia. Sen sijaan jouduin toteamaan 2000-luvun osalta, että suomalaisia matkailujulisteita löytyi yllättävän vähän. Nykyisin kuitenkin voisi ajatella esimerkiksi festivaali- ja tapahtumajulisteiden edustavan eri kaupunkeja Suomessa. Tämän tyyppisiä julisteita löytyikin paljon enemmän, kuin varsinaisia matkailujulisteita. 2000-luvun julisteen tutkimusosiossa osottautui myös ongelmalliseksi se, että lähdemateriaalia oli niukasti ja sitä oli hankala löytää (luku 2.2). Onnistuin kuitenkin mielestäni perehtymään itseni kannalta olennaisimpiin asioihin.

Opinnäytetyöni kuvitusvaiheen toteuttaminen tapahtui puolestaan melko mutkattomasti. Kuvittaminen on ollut aina lähellä sydäntäni, ja koin projektin erittäin innostavaksi. Kaupunkien kuvittamisessa hankalaksi nousi nähtävyyksien ja elementtien valitseminen, sillä kaikki haluamani kohteet eivät mahtuneet kuva-alueelle. Tämän lisäksi minulta kului yllättävän paljon aikaa yrittäessäni löytää juuri oikeanlaiset graafisen pelkistetyt muodot kuvituksiin. Ensimmäiseen kuvitukseen minulla menikin paljon enemmän aikaa kuin jälkimmäiseen. Toinen kuvitus syntyikin jo luontevasti, sillä olin jo harjoitellut ja löytänyt oikean kuvitustyylin. Kalenterin taitto-osuuden pidin yksinkertaisena, sillä halusin huomion kohdistuvan kuvituksiin. Mielestäni kalenterin sivujen kokonaisuus on toimiva ja onnistunut. Tavoitin mielestäni työssäni myös hyvin sen julisteenomaisuuden ja retron ulkonäön. Kalenterin idea on mielestäni kiinnostava, ja tarkoitukseni onkin jatkaa työskentelyä sen parissa opinnäytetyöni jälkeen. Olen myös kiinnostunut ottamaan selvää mahdollisista erilaisista myyntikanavista sen eteenpäin viemiseksi. Ennen kaikkea uskon saavani työstä hyvän portfolionäytteen, mikä on mielestäni myös opinnäytetyön kannalta tärkeää.

Kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen opinnäytetyöni kokonaisuuteen. Koen saaneeni paljon uutta näkemystä työskentelyyni, sekä kehittyneeni kuvittajana ja laajentaneeni osaamistani, sillä en ole yleensä tottunut tekemään näin pelkistettyjä kuvituksia. Tämän opinnäytetyön tekeminen on ollut minulle ennen kaikkea hyvä oppimisprosessi, jossa olen tutustunut suomalaisen julisteen tärkeisiin vaiheisiin ja ominaispiirteisiin. Toteankin lopuksi, että 50-60-lukujen julisteet olivat hyviä kuvituksiltaan, pelkistettyjä kuvakieleltään ja niissä oli ideoita. Vielä tänä päivänäkin ne ovat elinvoimaisia ja puhuttelevia, ja niistä on paljon opittavaa.

Lähteet

Painetut lähteet

Aartomaa, Ulla & Bruun, Erik 2007. Sulka ja kynä – Erik Bruunin julisteita ja käyttögrafiikkaa. Helsinki. Bruun Design

Aartomaa, Ulla & Savolainen, Kari 2013. Julisteita Suomesta – Lahden julistemuseon kokoelmia. Lahti. Lahden kaupunginmuseo

Anttila, Pirkko. 2005. Ilmaisuu, teos, tekeminen ja tutkiva toiminta. Hamina. Akatiimi

Heinonen, Visa & Konttinen, Hannu 2001. Nyt uutta Suomessa! Suomalaisen mainonnan historia. Helsinki. Mainostajien Liitto

Honkanen, Helmi 1983. Placatista julisteeksi – Suomalaisen julistetaiteen historiakirjapainotaidon alusta vuoteen 1960. Helsinki. Otava

Londen, Magnus; Enegren, Joakim & Simons, Ant 2007. Come to Finland. Julisteita & matkoja 1851-1965 Affischer & resor 1851-1965. Helsinki. Edita

Mykkänen, Martti 1999. Kirjanpäälyksiä ja kuvituksia, graafista muotoilua, julisteita. Lahti. Studio Aartomaa

Niskanen, Riitta 1996. Ihmiskuva 1950-luvun suomalaisissa julisteissa: Tiedettä naista syleilevästä miehestä: Kulutusosuuskuntien keskusliiton kokoelmat 1949-1957. Helsinki. Suomalaisen Kirjallisuuden Seura

Vatanen, Arvo 2008. Suomalainen Design. Helsinki. Arvokirjat

Veivo, Harri & Huttunen, Tommi 1999. Semiotiikka merkeistä mieleen ja kulttuuriin. Helsinki. Edita

Digitaaliset lähteet

Karvonen, Erkki 2005a. Viestinnän tutkimisen oppihistoria. Johdatus viestintätieteisiin: Sähköisen median historiaa
<<http://viesverk.uta.fi/johdviest/viesthistoria/sahkomedia.html>> (luettu: 28.4.2015)

Karvonen, Erkki 2005b. Viestinnän tutkimisen oppihistoria. Johdatus viestintätieteisiin: Semiotiikka ja merkit <<http://viesverk.uta.fi/johdviest/merkkulttuuri/semiotiikka.html>> (luettu: 1.3.2015)

Grafia ry 2015. Grafian toiminta: Vuoden Huiput
<<http://www.grafia.fi/grafia/#tapahtumat--tunnustukset>> (luettu: 5.5.2015)

Lahden museot 2015. Taidemuseo: Julistemuseo 40 vuotta
<<http://www.lahdenmuseot.fi/museot/fi/uutiset/julistemuseo/ilmoittautuminen-lahden-kansainvaeliseen-julistetriennaleen-on-alkanut/>> (luettu: 8.5.2015)

WDC Helsinki 2012. Mikä on maailman designpääkaupunki
<<http://wdchelsinki2012.fi/mika-maailman-designpaakaupunki>> (luettu: 8.5.2015)

Kuvalähteet

Kuva 1. Vuoden 1952 olympiajuliste, jonka suunnitellut Ilmari Sysimetsä.
<[http://fi.wikipedia.org/wiki/Paavo_Nurmi_\(patsas\)#/media/File:Olympiajuliste.jpg](http://fi.wikipedia.org/wiki/Paavo_Nurmi_(patsas)#/media/File:Olympiajuliste.jpg)>
(haettu: 17.4.2015)

Kuva 2. Osmo K. Oksasen juliste 1950-luvulta. Hän teki paljon julisteita ja mainos-grafiikkaa Valtionrautateille.
<http://shop.cometofinland.fi/index.php?route=product/product&path=20_73&product_id=6> (haettu: 17.4.2015)

Kuva 3. Onni Vuoren sisävesilaivajuliste 1960: Londen, Magnus; Enegren, Joakim & Simons, Ant 2007. Come to Finland. Julisteita & matkoja 1851-1965 Affischer & resor 1851-1965. Helsinki. Edita

Kuva 4. Destination North Finland, Erik Bruun, 1958
<<http://www.wearedesignbureau.com/projects/where-to-buy-vintage-travel-posters/>> (haettu: 18.4.2015)

Kuva 5. Erik Bruunin julisteet 1957 ja 1961: Londen, Magnus; Enegren, Joakim & Simons, Ant 2007. Come to Finland. Julisteita & matkoja 1851-1965 Affischer & resor 1851-1965. Helsinki. Edita

Kuva 6. Yksi mieleenpainuvimmista Martti Mykkäsen julisteista on Contemporary Lahti 1961, joka oli Lahden matkailutoimen tilaama työ kasvavan kaupungin markkinointiseksi
<http://shop.cometofinland.fi/1531/index.php?route=product/product&product_id=225>
(haettu: 18.4.2015)

Kuva 7. Martti Mykkäsen Helsinki Viheriöi juliste, joka on tehty Helsinki-päiville 1968 <<https://www.flickr.com/photos/sandiv999/4501065915/in/photostream/>> (haettu: 10.5.2015)

Kuva 8. VR:n junamatkailujuliste vesivoiman käytöstä junien energialähteenä, 2009.
<https://www.finna.fi/Record/musketti_rautatie.M014%3A3233%3A55>
(haettu: 8.5.2015)

Kuva 9. Sanna Manderin suunnittelema Pori Jazz 2011 -festivaalijuliste.
<<http://www.agentpekka.com/work/pori-jazz-2011/>> (haettu: 25.4.2015)

Kuva 10. Suunnittelutoimisto Kokoro & Moi:n tekemät Helsinki designpääkaupunki 2012 -julisteet. <<http://www.kokoromoi.com/work/wdc-helsinki-2012>> (haettu: 8.5.2015)

Kuva 11. Klaus Welpin kuvittama juliste Helsingin Juhlaviikoille vuonna 2004.
<<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/f2/ad/4c/f2ad4c3b307f8c24901ed42412d2f067.jpg>> (haettu: 10.5.2015)

Kuva 12. Kari Piipon pääväreihin ja pelkistettyyn muotokieleen perustuva juliste. Kyseessä Homage to Toulouse-Lautrec anniversary -juliste vuodelta 2001.
<<http://www.creativereview.co.uk/cr-blog/2008/december/kari-piippo-in-chaumont>> (haettu: 12.5.2015)

Kuva 13. Kaavio Roland Barthesin teoriasta, merkityksellistämisen kahdesta tasosta. <http://oppimateriaalit.internetix.fi/fi/avoimet/Oviestinta/tiedotusoppi/p2_media-analyysi/3_kuva-analyysi/5_sem.tulkintaa> (haettu: 1.3.2015)

Kuva14. Martti Mykkäsen Helsinki juliste vuodelta 1962.
<<http://www.posterpage.ch/mem/mykkaenen/mykkaenen.htm>> (haettu: 3.3.2015)

Kuva 15. Postiautolla lomasuuntana Suomi, Lasse Hietala 1961: Londen, Magnus; Enegren, Joakim & Simons, Ant 2007. Come to Finland. Julisteita & matkoja 1851-1965 Affischer & resor 1851-1965. Helsinki. Edita

Kuva 16. Kotimaisen lentoyhtiön Air Finlandin mainos, jossa kuvittajana Tommi Vallisto. <<http://www.ikongraphics.fi/show.php?t=aw&g=55&l=en#>> (haettu: 3.3.2015)

Kuva 17. Sanna Mander, Pori Jazz 2011. <<http://www.agentpekka.com/work/pori-jazz-2011/>> (haettu: 25.4.2015)

Kuva 18. Vesa Sammaliston kansikuva kuvitus kirjaan A Map of The World.
<<http://famillesummerbelle.typepad.com/fsblog/2013/02/a-map-of-the-world-book.html>> (haettu: 3.5.2015)